

Библиографический список

1. Руководство к своду знаний по управлению проектами http://startupseminar.ru/_ld/0/17_301907_2D9D3_pm.pdf. Newtown Square, Pennsylvania 19073-3299 USA:Project Management Institute, Inc, 2008
2. Ари де Гиус. Живая компания. Рост, научение и долгожительство в деловой среде. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 448 с.
3. Винарик В.А. Эффекты сертификации ИСО 9000: эмпирический анализ российских промышленных предприятий // Российского журнала менеджмента Т.12, № 2, 2014.
4. Грудзинский А.О. Проектно-ориентированный университет. Профессиональная предпринимательская организация ВУЗа Авт.. Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2004.
5. Салми Д., Фрумин И.Д. Как государства добиваются международной конкурентоспособности университетов: уроки для России // Вопросы образования. 2013. № 1. С. 25–68.
6. Ключков А.К. КРІ и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов. М.: Эксмо. 2010.
7. Ранжирование ВУЗов как показатель качества образования и управления образованием в условиях РФ // Копосов А.С. СамГУ, 2014.
8. Университет как интегратор в обществе, основанном на знании / Р.Г. Стронгин, Г.А. Максимов, А.О. Грудзинский // Высшее образование в России». 2006. № 1. С. 15–27.

Коренькова Ю.А.

Самарский государственный университет

ВЫБОР ПОСТАВЩИКОВ В АПТЕЧНОМ БИЗНЕСЕ

В работе рассматривается вопрос количественной оценки выбора поставщиков в аптечном бизнесе. В основе заложен метод экспертной оценки.

Ключевые слова: поставщик, покупатель, экспертная оценка, возрастная группа, достаток.

Компания ООО ТК «ТОКО» находится в городе Новокуйбышевске, основным видом деятельности является розничная торговля фармацевтическими и медицинскими товарами, косметическими и парфюмерными то-

варами. Данная аптека имеет 4 филиала по саратовской области, 1 находится в городе Новокуйбышевск и 3 в Самаре. В Новокуйбышевске аптека расположена в центре города, что очень удобно для покупателей. Учитывая характер заболеваемости, в настоящее время существует высокая потребность в таких лекарственных препаратах, как антибиотики, противотуберкулезные, гормональные и онкологические препараты. Одним из основных показателей, отображающих перспективы развития коммерческой деятельности по сбыту медикаментов является показатель платежеспособного спроса населения.

Ценовая политика аптеки ориентирована на средний достаток жителей города Новокуйбышевска.

Для лучшего качества обслуживания своих посетителей аптека провела исследование, учитывая возрастной признак посетителей. Согласно экспертной оценке была получена данная таблица.

Основываясь на сегментации рынка представленной в таблице 1, аптека выбрала своим основным сегментом женщин и мужчин в возрасте от 20 до 40 лет. Данная возрастная категория людей при выборе аптеки главным фактором отмечает доступную цену.

Таблица 1

Возрастные показатели посетителей аптеки

Пол	Удельный вес посетителей (%) в возрасте				В целом
	до 20 лет	20-40 лет	41-60 лет	старше 60 лет	
Женщины	8,0	34,8	17,6	2,7	63,1
Мужчины	3,1	23,1	9,2	1,5	36,9
Всего	11,1	57,9	26,8	4,2	100,0

Из таблицы 1 видно, что 57,9% покупателей входит в группу от 20 – 40 лет и 26,8% попадают в другую возрастную группу от 41 – 60 лет. Эти возрастные группы покупателей имеют разные потребности в лекарственных препаратах, поэтому одним из критериев выбора поставщика является ассортимент и наличие препаратов на складе.

Очень важным моментом при выборе поставщика является гибкость поставок, чтобы аптека смогла быстро отреагировать на запросы покупателей.

При выборе поставщика также важна его надежность, поскольку в таблице 1 большая возрастная группа посетителей от 41 – 60 лет, которым важно чтобы они в любое время могли приобрести необходимый и качественный лекарственный препарат. Безопасность – это отсутствие опасности, сохранность, надежность чего-либо [1].

Задача аптеки выбрать оптимального поставщика учитывая ассортимент и надежность поставщика, достаток потребителя и возможность гибких поставок поставщика.

В качестве метода оценки поставщиков был выбран балльный метод. Балльный метод – его сущность заключается в том, что определяется значимость наиболее важных критериев для оценки потенциального поставщика [2]. Экспертная комиссия, сформировавшая таблицу 2, состояла из директора по снабжению, маркетолога-аналитика, специалиста по закупкам и провизора. В качестве количественной оценки параметра была выбрана балльная система B_i со шкалой от 1 до 10, где 10 баллов является наилучшей оценкой параметра.

По каждому параметру определяется коэффициент эффективности.

$$K_j = A_i * B_i \quad (1)$$

где K_j – коэффициент эффективности j -го поставщика по i параметру;

A_i – вес параметра ($\sum_{i=1}^4 A_i = 1$);

B_i – количественная оценка параметра в баллах.

Таблица 2

Выбор поставщика

Поставщик Параметр	Вес параметра A_i	Биофарм		Турмалин		Биомед		Сематол	
		B_i	K_j	B_i	K_j	B_i	K_j	B_i	K_j
Цена	0,4	8	3,2	6	2,4	5	2	7	2,8
Ассортимент	0,2	6	1,2	7	1,4	8	1,6	7	1,4
Надежность	0,2	6	1,2	5	1	8	1,6	6	1,2
Гибкость поставки	0,2	5	1	4	0,8	6	1,2	4	0,8
Сумма веса параметров	1								
Коэффициент эффективности K			6,6		5,6		6,4		6,2

Коэффициент эффективности поставщика рассчитывается как общая сумма произведений оценки поставщика по каждому параметру на весовость этого параметра.

$$K = \sum_{i=1}^4 K_i, \quad (2)$$

где K – коэффициент эффективности выбора поставщика;

i – текущее значение параметра от 1 до 4.

При рассмотрении таблицы 2 можно сделать вывод, что оптимальным поставщиком является Биофарм, так как его коэффициент эффективности равен 6,6 и он выше, чем у других поставщиков.

Библиографический список

1. Чертыковцев В.К. Управление рисками. Вестник Самарского государственного университета. № 8 (119). 2014.
2. Чертыковцев В.К. Экономико-математические модели в маркетинговых процессах: монография. Самара: Изд-во Самар. Гос. Экон. ун-та, 2009.

Котлярова С.А.

Самарский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ПРИВЛЕЧЕНИЯ АБИТУРИЕНТОВ В НЕГОСУДАРСТВЕННЫЙ ВУЗ

В статье рассматривается процесс привлечения студентов в негосударственный вуз в современных условиях на примере Самарского филиала негосударственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Университет Российской Академии Образования», а также предлагается алгоритм управления процессом привлечения студентов.

Ключевые слова: негосударственный вуз, образовательное учреждение, «демографическая яма», профессорско-преподавательский состав, абитуриенты, студенты, образование, льгота, личные контакты, реклама, маркетинг, алгоритм.